

MITO Y REPETICIÓN. LA IDEOLOGÍA SUBREPTICIA DE «300 MILLONES»

J.M. Pérez Tornero

INTRODUCCIÓN

La repetitividad y la serialización se han podido considerar, en algunos momentos, pulsiones básicas de la actual narrativa audiovisual. Pero el caso es que, bien mirados, estos fenómenos no parecen circunscribirse exclusivamente a la narrativa. Es seguramente en los relatos donde se hacen más explícitos y cobran mayor notoriedad —argumentos que se alargan hasta el infinito, personajes que se repiten, historias que se encadenan unas con otras...—, pero no por ello dejaría de ser un enorme descuido teórico no tener en cuenta que también en las dimensiones no narrativas de la producción audiovisual la repetitividad y la serialización son dueñas y señoras de la situación. Lo cierto es que repetición y serie se hallan en la planificación de cualquier programa informativo o cultural, educativo o de amenidades, concurso o debate... Cuáles puedan ser las razones de ello se convierte en una cuestión compleja y difícil de resolver si se considera el problema globalmente. Pero sí se pueden intentar respuestas sectoriales que contemplen problemas particulares y productos concretos. Incluso, parecería que es ésta, quizá, una de las mejores estrategias de investigación posibles y una de las que con mayor seguridad y rigor conduciría a la formulación de modelos o teorías generales.

En este sentido, se presentan aquí los resultados de un análisis que ha tenido como objeto una serie concreta de programas que situaríamos bajo la rúbrica muy general de *magazine musico-cultural: 300 Millones*. Analizando

este programa con cierto detalle aparecen explícitas algunas de las posibles funciones de la repetición y la serialización. Naturalmente, se trata sólo de un caso muy concreto y los aspectos que señalaremos pueden parecer particulares; no obstante, no se debería desechar apresuradamente la posibilidad de que algunos de ellos pudieran ser generalizables a ciertos tipos de discursos audiovisuales.

LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

300 Millones fue un programa de, aproximadamente, una hora de duración y periodicidad semanal, producido por Radio Televisión Española en colaboración con las más importantes cadenas de televisión del continente latinoamericano (y algunas de Norteamérica), y difundido, aunque no simultáneamente, en casi todos los países de habla hispana. De hecho, el mismo nombre del programa, *300 Millones*, hacía referencia aproximada al número de hispanohablantes y, por extensión, al potencial número de telespectadores de la emisión. A priori, se trataba, por tanto, de una experiencia piloto en la televisión, una suerte de aventura que se jugaría fundamentalmente en dos frentes: a) una audiencia potencialmente masiva e internacional; b) una producción colectiva e internacional, determinada por la colaboración entre las diferentes cadenas a través de las que se difundiría el programa. Y todo ello condicionado por, 1.º) una periodicidad semanal, y 2.º) la absoluta diversidad sociopolítica y cultural de los países participantes en la experiencia.

En estas circunstancias, los programadores, guionistas y directivos de las televisiones implicadas (pero, fundamentalmente, la española) optaron por diseñar un espacio cuyos rasgos más sobresalientes se citan a continuación:

1) Un tiempo televisivo de una hora de duración pensado como *contenedor*¹, en el que habrían de caber, fundamentalmente: actuaciones musicales (orquestas, cantantes, ballets); entrevistas a personajes del mundo del arte y la cultura; reportajes; indicaciones turísticas y gastronómicas; informaciones históricas; etc.

2) Una estructura de presentación organizada en función de dos locutores principales: uno de ellos, español, localizado en Prado del Rey (Madrid) y que se mantiene constante; otro, un invitado de un país latinoamericano, situado también en Madrid. Durante el tiempo que duró el programa se fueron produciendo pequeñas variaciones en la articulación de esta pareja. En una primera etapa los dos presentadores —hombre y

¹ Cf. MAURO WOLF; «Géneros y televisión» en este mismo número de *ANÁLISI*.

mujer— «conducían» la totalidad de la emisión desde el principio hasta el final; pero más adelante, el locutor o locutora español/a fue concediendo progresivamente espacio al locutor/a invitado/a, pero reservándose siempre el inicio y cierre del espacio. Con ello el español/a mantenía constantemente la potestad de conceder la palabra a su homólogo/a latinoamericano/a. A todo ello, hay que añadir la inserción esporádica de otros presentadores que introducían algunos subespacios: reportajes, entrevistas, informaciones, etc.

3) La exclusión sistemática de contenidos referidos a política, economía o cuestiones sociales. Las poquísimas y excepcionales incursiones en estos campos se hacían de un modo abstracto, «institucional», festivo e inconcreto.

4) Finalmente, el carácter de mosaico del programa, que residía en una distribución de los tiempos oscilante entre los 10 o 12 minutos, como máximo, y los treinta o cuarenta segundos, como mínimo.

EL ANÁLISIS

Aunque con pequeñas variaciones, *300 Millones* se mantuvo fiel a sí mismo durante los más de cinco años que duró la emisión. Era, justamente, esta fidelidad la que hacía preferible un análisis cualitativo (centrado en unos pocos programas que se tomarían como representativos de la serie) a un análisis cuantitativo y estadístico. Por otra parte, sólo el primer tipo de análisis era capaz de reflejar el valor real y efectivo de las repeticiones y redundancias que, en cambio, un estudio cuantitativo apenas hubiera podido constatar. Así pues, el análisis por el que se optó y que aquí se presenta se basa en el estudio exhaustivo de unos pocos programas (una media docena) que elegidos azarosamente pueden representar perfectamente a toda la serie. Ni que decir tiene que esta representatividad se cotejó con el estudio —aunque menos detallado— de otros muchos programas más. En todo caso, advirtamos que esta facilidad de trabajar con una muestra tan reducida viene propiciada, esencialmente, por la redundancia extrema que se da en la serie.

REPETICIONES RITUALES SUPERFICIALES

Pese a la redundancia de toda la serie, cada programa de *300 Millones* estaba abocado a la variedad y a la diversidad. Tanto podía presentar entrevistas a escritores como actuaciones folklóricas, o recitales poéticos y reportajes turísticos. Variedad, también, en los escenarios y en los lugares —durante una sola emisión podían aparecer cinco o seis países diferentes y

otros tantos marcos distintos: un plató de televisión, una discoteca, un restaurante, un club social y hasta un palacio de congresos (lo curioso es que en los últimos tiempos del programa esta multiplicidad topológica llega a acompañarse de un cierto «travestismo» espacial: así, un plató de televisión se muda en sala de museo para contener la obra de un escultor invitado, o en biblioteca, para enmarcar una entrevista sobre literatura). Variedad, finalmente, en los personajes, locutores y protagonistas, que son muchos en un mismo programa, y son también muchos a lo largo de la evolución de la serie.

Pero toda esta panoplia plural, Babel de lenguajes y hablars diversos, si se quería preservar un mínimo de coherencia, presentaba, de entrada, a los guionistas y realizadores dificultades de articulación considerables. No cabe ahora entrar a especular sobre las intenciones conscientes de todos ellos al resolverlo, pero lo que sí resulta constatable es que en la estructura final del programa el problema es resuelto acentuando dos vertientes de la puesta en escena televisiva:

a) *El carácter central de los presentadores y de sus relaciones mutuas.* Son ellos, sus sucesivos relevos y cesiones de palabra, y sus continuas entradas y salidas, los que tejen la malla que ha de albergar a todos los contenidos.

b) *Las conexiones con otras televisiones.* Continuamente, el espectador se ve impelido a un ir y venir de televisión en televisión y de país en país. Es la posibilidad de trasladarse de un lugar a otro, ese «milagro de la televisión que permite volar desde Puerto Rico a la Argentina² instantáneamente. A este propósito hay que señalar que tales conexiones son muchas veces fingidas; son, a menudo, fruto de un montaje (o edición) que mantiene un elemento de *raccord*, la conversación entre dos locutores, por poner un ejemplo; conversación que, obviamente, no se ha producido en la realidad (algunas deficiencias técnicas o del guión ponen, ocasionalmente, en evidencia delante del telespectador lo ficticio del procedimiento).

Por gracia de ambos proceder, el resultado es la construcción de un espectáculo audiovisual que viene a fundarse básicamente en las características más específicas del medio televisión (aunque, de otro modo, lo son también de la radio): la *relación cara a cara* entre los participantes, la *simultaneidad* de la misma y la *ubicuidad* del medio. Se diría, pues, sin exageración que con *300 Millones* es la misma televisión la que se muestra y se hace espectáculo; digamos que se *autoespeculariza* en el sentido amplio de la palabra.

² Extraído literalmente de un programa.

Todo ello no deja de tener consecuencias importantes en lo que a producción de sentido se refiere. El fenómeno que tiene lugar es el siguiente: la bicentralidad de los presentadores y las conexiones acaba por dominar el nivel semiótico superficial de la serie entera; de manera que puede decirse que llega a constituir sendas isotopías semánticas en el nivel figurativo: una, la de las *relaciones personales* entre los locutores, plena de saludos mutuos y cortesías recíprocas; otra, la del ir y venir constante, la del *traslado incesante* de un lugar a otro, sin que ni tiempo ni espacio parezcan representar un obstáculo considerable.

Todo esto, lógicamente, otorga coherencia al programa como texto unitario y constituye una especial concesión a la necesidad de inteligibilidad por parte del espectador. Lo cierto es que, sin embargo, la influencia ejercida por todos estos factores sobre la producción de sentido es más honda. Lo que la constitución, en el nivel superficial, de dichas isotopías llega a producir es la generación de una organización semántica particular situada en un nivel más profundo del texto audiovisual. Más allá, por tanto, del fenómeno de la *autoespectacularización* televisiva, asistimos a una serie de reacciones semióticas en cadena —diríase, de «explosiones» semánticas en cadena— de las que las dos isotopías citadas no son más que mero detonante.

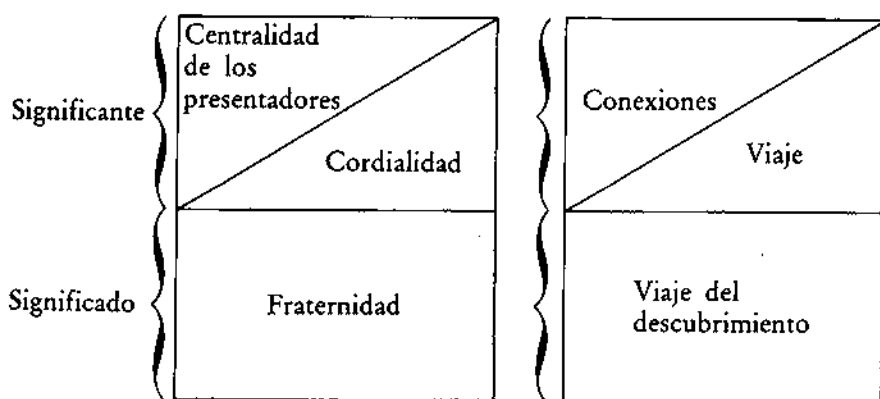
Conviene detenerse, por tanto, en el análisis de estas reacciones y «explosiones» semióticas. La primera isotopía —la centralidad de las relaciones personales— funciona como un intento —premeditado o no, poco importa— de configurar las relaciones discursivas entre enunciador y enunciatario y, también, las de enunciatario/programa. Así, los mismos saludos que se entrecruzan los presentadores van dirigidos también a la audiencia, directa o indirectamente. De este modo, el programa acaba configurándose como una relación personal entre los espectadores y emisores («Un saludo muy cordial, amigos de *300 Millones*. De nuevo, nuestra cita semanal», solía ser la presentación; y, «Muchas gracias señores, como siempre, por su atención y compañía. Aquí les esperamos») O sea, en consecuencia, un juego de espejos y reflejos que tiene dos puntos clave: a) la *cordialidad* mostrada en el texto, y b) la cordialidad lanzada *hacia fuera* del texto, dirigida a los espectadores (jugando así sobre la relación enunciador-enunciatario). El efecto discursivo que esto produce sobre el espectador es doble y se relaciona con los puntos anteriormente mencionados: la cordialidad en el texto y lanzada *hacia fuera* del texto se corresponden —al menos, para eso se prefiguran— con un fenómeno de proyección-identificación del espectador con los personajes mostrados. Con todo ello lo que se viene a configurar es una isotopía-contenedora situada en un nivel más profundo que la de la centralidad de los presentadores; es la que —y ya lo hemos insinuado anteriormente— podríamos denominar *cordialidad*. Isoto-

pía que clarísimamente inunda y abarca gran parte de las unidades semánticas presentes en el programa, por lo que cabe decir, sin temor a exagerar, que llega a «infectar» y a «contaminarlo» todo.

Por lo que hace a la segunda isotopía superficial —la de las conexiones— la operación formal que viene a generar es la misma: la insistencia en los saltos espacio-temporales atrapan al espectador en una suerte de *viaje cósmico* que también lo preside y lo infecta todo. De esta manera, hay «viaje» dentro y fuera del programa: cambian los lugares vistos, y los mismos presentadores viajan, pero hay también una invitación directa a que el espectador se enrede en una lógica del viaje donde ya no importa a qué lugar se vaya sino el mero movimiento en sí.

EL SUSTRATO CONNOTATIVO

La explosión en cadena del sentido no se frena en las reacciones semióticas descritas. Se va a producir, también, un salto cualitativamente diferente; en él las isotopías, descritas como macrosignos globales, se convierten en plano de la expresión de un nuevo signo³, un signo núcleo y matriz de toda la serie. El siguiente esquema nos ayuda a describir el fenómeno:



A estos nuevos signos habremos de denominarlos de connotación, en tanto en cuanto que su plano del significante está formado por un nuevo

³ Roland Barthes ha estudiado estos fenómenos especialmente en «Rhétorique de l'image», *Communications*, 4, pp. 40-51, y en *Mythologies*, París, Seuil, 1970.

signo. Los contenidos «fraternidad» y «viaje del descubrimiento» son los significados que constituyen los planos de contenido del signo que consideramos connotado. Explicaremos, a continuación, de qué modo son producidos de manera repetitiva por la serie. Para ello tendremos que referirnos a algunos detalles redundantes y claves.

A lo largo de los cinco años que duró *300 Millones*, la cordialidad y cortesía, manifestadas abundantísimamente por los presentadores, parecían converger hacia un punto central: las relaciones de amistad entre los hispanoamericanos y los españoles. El mismo nombre del programa apelaba a esa unidad supranacional; pero, también, son frecuentísimas las alusiones a «las relaciones entrañables» entre nuestros pueblos, «la amistad y el cariño que nos une», la «admiración que nos profesamos»... Todo viene a indicar que estamos lejos de estar asistiendo a un mero ritual cortés —como parecería en una aproximación superficial— y, más bien, estamos dentro de una ceremonia de la participación, donde el principio motor sería una suerte de comunicación universal. El campo semántico de la «fraternidad» se halla, pues, efectiva y realmente presente a lo largo de toda la serie aun cuando sus manifestaciones puedan parecer esporádicas y dispersas (aunque, en todo caso, son muy repetitivas). En cuanto a la construcción de la figura semántica «viaje del descubrimiento», los procedimientos son semejantes. A lo largo de toda la serie, aquí y acullá, los viajes y desplazamientos efectuados por obra de la tecnología televisiva encuentran un referente casi obsesivo: el viaje de Cristóbal Colón a América, denominado «del descubrimiento». En la última etapa del programa, su presencia se regulariza y llega a aparecer, incluso, mediante métodos casi subliminales: con motivo de la celebración del V Centenario de Descubrimiento, la figura de la carabela de Colón preside los estudios y decorados donde se registra el programa; la frase «V Centenario» aparece constantemente tras los presentadores. Es esto, entre otras cosas, lo que hace que la figura semántica «viaje del descubrimiento» funcione como una suerte de polo magnético que hace desplazarse hacia sí —creando una nueva estructura semiótica— los diferentes signos que manifiestan otros viajes, otros desplazamientos.

Se trata de un mecanismo de connotación que, como casi todos ellos, funciona de un modo inocente, casi transparente. En este caso, su inocencia se apoya en el carácter *previsto, esperado y genérico* de las isotopías de las *relaciones personales* y las *conexiones*. Decimos «carácter genérico» porque, como se ha indicado más arriba, tales «rituales» son, prácticamente, consustanciales a la televisión, y, dentro de ella, a los géneros televisivos por excelencia. Funcionan como *marcas de reconocimiento*⁴, y aseguran la

⁴ Cf. J. M. PÉREZ TORNERO; «Esbozo de un modelo de análisis del discurso», en *Cuadernos de Traducción e Interpretación*, 1, 1982, pp. 57-73.

inteligibilidad de los programas y su situación en un marco (*frame*) adecuado. Así pues el espectador llega a ver como algo perfectamente natural el encontrarse con ellas y alcanza, incluso, a considerarlas familiares. Es posteriormente cuando dichas isotopías adquieren un segundo sentido connotativo y empiezan a significar algo menos habitual; o sea, la *fraternidad* y el *descubrimiento*.

EL SUSTRATO MÍTICO

Pero más allá de la connotación, la serie *300 Millones* posee indiscutiblemente un cierto carácter mítico. Es aquí, seguramente, donde juegan un papel decisivo dos factores: 1.º) el carácter cuasi-mítico del discurso televisivo, y 2.º) los efectos de la repetición y la serialización. Sobre el primer aspecto no trataremos directamente en este artículo: basta señalar que la televisión es especialmente proclive a generar discursos apoyados en una racionalidad mítica⁵. El segundo aspecto sí, nos interesa en esta ocasión y sobre él centraremos nuestra atención.

¿Cómo la repetición y la serialización pueden contribuir y participar en el mecanismo de una operación de mitificación? Responder de un modo general equivaldría a disponer de una noción global de mito. Pero esto no es así, y nos encontramos lejos de ella. Ahora bien, para seguir adelante puede resultar operativo intentar una definición provisional del mito. En este sentido, consideramos aquí míticas aquellas configuraciones semióticas (sea cual sea su carácter) que, funcionando dentro de un universo comunicativo dado con una cierta autonomía y amplitud, tienen la capacidad de someter el marco inicial en que aparecen a la jerarquía de otro marco más general y que denominaremos *trascendente*. Este segundo marco —que suele basarse en la disolución de los *tiempos* y *espacios* no-habituales— reorienta las praxis efectivas en las que llega a insertarse el mito hacia otras praxis postuladas por el mismo discurso mítico⁶. Por ejemplo, el rito de ingerir la hostia en la misa, considerado desde el punto de vista del marco de la *alimentación*, tiene un sentido pragmático limitado. Pero esta misma acción, explicada desde el sacramento de la comunión —y relacionado con la consagración— es incluida en otro marco: justamente, el mito de la Comunión en el cuerpo de Cristo. Vemos, pues, un caso en que se ha impuesto a un determinado marco pragmático (la ingestión de alimentos) la determinación de un marco mítico. Repárese que también en este ejemplo se

⁵ Cf. ROGER SILVERSTONE; *The message of television. Myth and Narrative in contemporary culture*, Londres, Heineman Educational Books, 1981.

⁶ Para una consideración extensa de las teorías sobre el mito, véase G. S. KIRK; *El mito. Su significado y funciones en las distintas culturas*, Barcelona, Barral, 1973.

puede comprender cómo el marco mítico disuelve espacios y tiempos: la Comunión es un acto sempiterno y realizable en cualquier lugar; así, ni el tiempo ni el espacio «terrenales» importan.

Pues bien, con este concepto de mito cabe ya explicar el papel de la serie y la repetición.

Digamos, en primer lugar, que son la repetición y las diversas formas de redundancia de las isotopías de la «fraternidad» y del «descubrimiento», a lo largo de los cinco años que dura el programa, las que aseguran la autonomía que precisa una configuración semiótica para alcanzar un rango mítico. Si estos sentidos hubiesen aparecido sólo ocasionalmente, la comunidad de espectadores no hubiera tenido la oportunidad de incluirlos en su memoria y otorgarles la independencia y ubicuidad requeridas por todo mito. En cambio, siendo como son un *leit-motiv* constante en los programas, se convierten en una especie de monumento que vence al paso del tiempo, y que es, entonces, capaz de orientar conductas.

En segundo lugar, la serialización. Si bien no se dan en este programa todos y cada uno de los factores presentes en una serie al uso, sí hallamos, y de un modo muy acentuado, una organización narrativa de los programas. El siguiente parlamento nos puede ofrecer el modelo de dicha organización. Se trata de la respuesta del escritor venezolano Uslar Pietri:

¿Es que nos entendemos nosotros mismos? ¿Es que sabemos perfectamente dónde estamos parados y para dónde debemos ir? Éste es un tema inagotable, desde luego, en el cual yo he incidido mucho y sigo incidiendo, porque creo que nos acercamos cada vez más a entendernos, pero no hemos terminado de entendernos. Y, desde luego, toda indagación en este sentido es un enriquecimiento y un aporte para que este complejo, disperso, mal avenido, a ratos, desesperanzado mundo de la comunidad hisánica o ibérica termine de encontrar su camino. A mí me angustia mucho y me preocupa que 300 Millones de personas, que no es sólo el nombre de este programa sino una realidad geográfico-humana, no termine de ponerse de acuerdo para que juntos, colectivamente, y sumando todas las posibilidades que tienen hagan una presencia muy importante en el escenario mundial y en el porvenir de la humanidad.

Se diría que con este texto estamos asistiendo al relato mítico y, concretamente, a la construcción de un sujeto colectivo a partir de la suma de un número ingente de sujetos individuales. Podríamos expresar la transformación del siguiente modo:

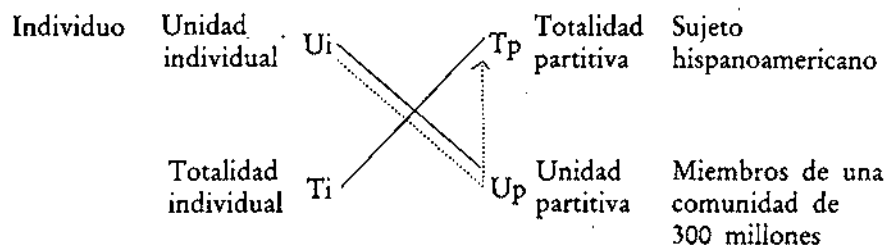
Pluralidad de individuos → Sujeto colectivo

La condición indispensable para que esto se produzca es que haya «entendimiento»; en términos semionarrativos diremos una *comunicación*

participativa, o sea, varios sujetos que comparten el mismo objeto del deseo, sin que ello constituya una situación polémica.

Dicha transformación se sitúa en un tiempo utópico, futuro. Es modalizada con el deber —un deber que se aplicaría a cada sujeto individual— y se halla figurativizada de un modo determinista («termine de encontrar su camino»). La posición contraria, es decir, la no-uniión se reviste de semas disfóricos («mal avenidos», «desesperanzada»).

Hallamos en el relato un caso de construcción de un sujeto colectivo. La explicación de ello puede encontrarse en el siguiente cuadro propuesto por Greimas⁷.



La flecha de puntos señala las operaciones lógicas que dan lugar a la construcción del sujeto colectivo. Como explica Greimas:

a) Transformación de U_i en U_p , es decir, la negación de la integridad del individuo y la aserción de su carácter partitivo.

b) La implicación de U_p en T_p , la conjunción de los individuos definidos como partes con la totalidad que sus propiedades presuponen lógicamente.

Este relato, pues, nos sitúa de entrada ante una unidad partitiva, miembros de la comunidad de 300 millones, y lo que se presenta como deber insoslayable es el paso de esta unidad a la totalidad «ser hispanoamericano». Uslar Pietri parece estar respondiendo a una lógica narrativa de transformación que se halla implícita en la estructura del programa. No olvidemos que en el mismo nombre se da ya la presencia de la unidad partitiva y, luego, todo su desarrollo parece proyectarse hacia el polo de la realización de la totalidad partitiva.

⁷ A.J. GREIMAS; *Sémiotique et sciences sociales*, París, Seuil, 1976.

El «sujeto hispanoamericano» es el polo final de transformación narrativa base del programa. Dicha transformación se situaría en la dimensión cognoscitiva (por oposición a la pragmática) del texto y aparece figurativizada como «entendimiento». Esto quiere decir que la organización semiótica de todo el programa reposa sobre ese «entendimiento»; y así se comprende mejor una de las funciones centrales de la serie: dar a conocer, mostrar, comunicar... Sólo el mutuo conocimiento entre los componentes de la comunidad de 300 millones puede hacer llegar al ansiado «sujeto hispanoamericano».

Pero este «entendimiento» o conocimiento, frente a lo que pudiera suponerse, a primera vista, no se organiza como una operación destinada a poner en relación a los distintos sujetos individuales, sino que trata de relacionar a dos totalidades partitivas previas: los latinoamericanos y los españoles. Así resulta que «conocerse» es para *300 Millones* una operación que se juega a dos bandas, lo cual se aprecia, por ejemplo, cuando el locutor dice:

Era deseo de este programa el ofrecer a su vasta audiencia las costumbres, tradiciones, lugares o rincones de España, vistos con los ojos, narrados con la voz de *una mujer latinoamericana* (...) Hubiéramos querido también ver nuestros lugares de América con los ojos de *una mujer española*, narrados, además, con su voz...

Puede advertirse aquí cómo se han privilegiado dos puntos de vista: el latinoamericano y el español. De aquí que la comunidad de 300 millones esté dividida en, por un lado, los españoles, y, por otro, los latinoamericanos. La transformación mítica subyacente en todo el programa es la fusión entre estos dos actores, lo cual encaja perfectamente con la idea de «descubrimiento»: por un lado los descubridores, por otro, los descubiertos.

Así pues, más allá de la primera apariencia de igualación de todos los que forman parte de los 300 millones lo que perdura es el dualismo propio de una ideología colonial.

FUNCIONES DE LA SERIE Y LA REPETICIÓN

300 Millones, como se ha visto, tiene, por un lado, la apariencia de la normalidad televisiva y, por otro, en cambio, se apoya en una estructura ideológica y mítica que le otorga su verdadero valor semiótico. La clave de esta bifacialidad hay que encontrarla en dos mecanismos formales: la

serialización y la repetición. La primera asegura la redundancia de ciertos núcleos temáticos, de ciertos valores; la segunda es un paso hacia la figurativización de esa misma ideología. Estamos, pues, ante lo expuesto por Greimas y Courtés: «Considerada como una instancia en el recorrido generativo global, la organización ideológica presenta los valores —que asume— bajo su forma abstracta o temática. Sin embargo, el discurso ideológico puede ser, en todo instante más o menos figurativo y convertirse, así, en discursos mitológicos»⁸.

A partir de aquí se abre un enorme campo teórico que debería preguntarse doblemente, primero, por la necesidad del mito y la ideología de apoyarse en mecanismos como la serie y la repetición; segundo, por la tipología de las funciones que cumplen la serie y la repetición en las estructuras semióticas en general. El interrogante está aquí apenas planteado.

⁸ GREIMAS Y COURTÉS; *Semiótica*, Madrid, Gredos, 1982, p. 214.